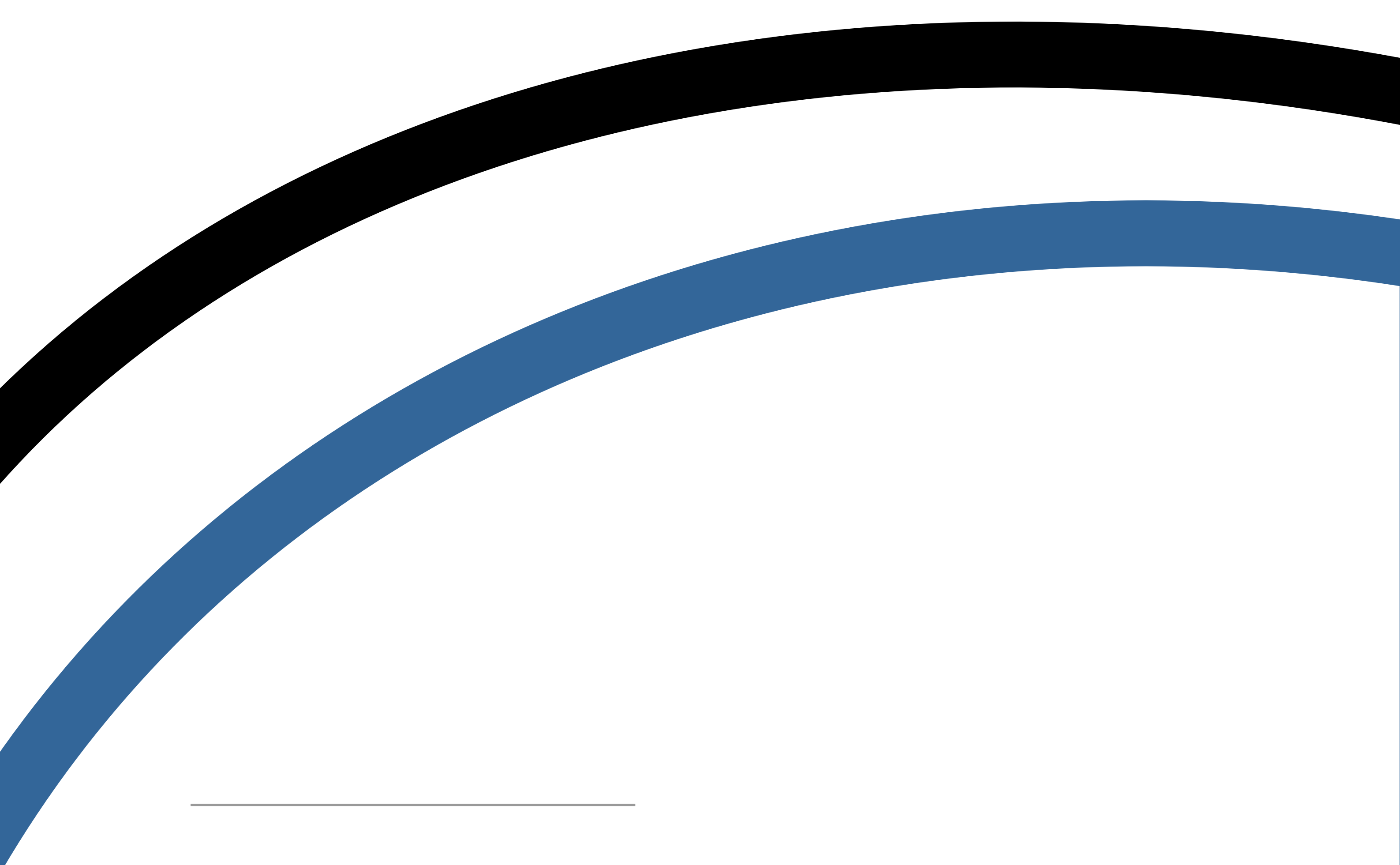


La Fealdad de la Belleza

Autor: Tio
Revisión: Ray
Corrección: Ray
Diseño: Tio
Traductor: Rafael
Año: 2013

Síntesis:

La belleza es uno de los conceptos más incomprendidos, si no el que más, y hiere a muchas personas e ideas. Analizamos este concepto en detalle, desde una perspectiva cultural, de diseño y científica.



Si hay una noción que esté completamente distorsionada e incomprendida en este mundo, esa debe ser la noción de "belleza".

Concursos de belleza, gente guapa, coches y casas guapas, ropa, piernas, muebles, páginas web, pinturas, canciones, escritos...

Incluso científicos están tratando de demostrar que este concepto tiene una correlación en la realidad. Por favor recuerda que la industria cosmética, que es básicamente una serie de personas en el planeta Tierra creando y vendiendo "cosas" (mezclas de compuestos químicos) ÚNICAMENTE para "mejorar" el aspecto de uno, tiene un valor de 70.000 millones de dólares al año solamente en los EE.UU., Europa, y Japón.

Estoy seguro de que todos han usado esta palabra muchas veces para describir varias cosas, desde personas hasta objetos y sentimientos, pero ¿qué es lo que realmente quieren decir cuando dicen "Qué chica tan bella" o "Es un cuadro precioso"?

Como esta noción es tan vaga, intentaré desglosarla en tres categorías:

1. CULTURA
2. DISEÑO
3. CIENCIA

CULTURA

GENTE

Mira esta imagen:



"Eran las diosas de los encantos agradables, de las obras de caridad y de la gratitud... sin ellas nada sería gratificante o agradable. Dieron a la gente amabilidad, rectitud de carácter, dulzura y conversación.... Fueron presentadas como tres hermosas vírgenes y estaban completamente desnudas o vestidas con alguna tela fina y transparente... Se pusieron juntas las tres de tal manera que dos de sus rostros se volvieron hacia el espectador y solo una de ellas se alejó de él..."

Pero en la sociedad actual, estas 3 chicas probablemente serían diagnosticadas con ansiedad social (lee nuestro artículo en profundidad sobre por qué la psicología no es una ciencia) debido a su más que probable exilio social, porque hoy en día sus cuerpos podrían ser considerados “feos” y “gordos”.



Estas diosas de la belleza están representadas en muchas pinturas y estatuas y difieren de una cultura a otra, y de la época en que fueron representadas.



Las piezas artísticas que se han conservado de la época prehistórica son figuras de mujeres, con rostro impreciso y una fuerte exageración de las partes del cuerpo más relacionadas con la maternidad (vientre abultado, mamas y vulva grandes y piernas obesas).

El concepto de belleza del ser humano prehistórico no estaría ligado a un concepto estrecho de estética, sino a otros atributos como la salud. La gordura, en este caso, era sinónimo de suministro de energía y alimentación, o maternidad, porque cada mujer capaz de tener hijos era un regalo precioso para la comunidad que todos admiraban.



Para los antiguos egipcios, la armonía del cuerpo humano estaba en ser proporcionado y usaban su puño como unidad de medida. Así que codificaron la estatura de la gente en 18 puños: 2 para la cara, 10 desde los hombros hasta las rodillas, y los 6 restantes para las piernas y los pies.

Según el canon egipcio de la belleza, una mujer debe ser delgada, con miembros pequeños, pero con caderas anchas y pechos pequeños y bien formados. En esta cultura encontramos los primeros rastros de maquillaje, utilizados tanto por las mujeres como por los hombres. Los ojos se perfilaban en negro no solo para lucir más bellos, sino también para hacer referencia al dios Horus.



En el siglo XV, las damas de clase alta del norte de Europa se arrancaban dolorosamente la línea del cabello para hacer que sus frentes parecieran más altas.

La reina Isabel fue instrumental en el establecimiento de las tendencias femeninas para esta era isabelina (de ahí su nombre). Las mujeres de la sociedad copiaron su tez naturalmente pálida y su cabello rojo, usando polvo blanco en gran abundancia, junto con pelucas rojas.

Desafortunadamente, el medio más exitoso para recrear la palidez de Isabel fue la cerusa, o blanco de plomo, que más tarde se descubrió que era tóxico. Inspirada por mujeres italianas, la dama isabelina también añadía un brillo saludable a sus mejillas usando un colorante a base de plomo coloreado con tinte. Se coloreaba las cejas, los labios e incluso las venas azules con lápices de alabastro. Para el toque final, se aplicaba un esmalte fino de pasta de clara de huevo para mantenerlo todo unido.

La década de 1920 fue una en la que las mujeres no querían parecer para nada mujeres.

No podemos imaginar que los hombres de hoy en día encuentren esto sexy, pero algunas mujeres de los años 20 incluso ocultaban su pecho atándole tiras de tela para lograr un aspecto de niño (bastante contradictorio comparado con algunas medidas que toman mujeres de hoy en día para aumentarlos).

A diferencia de las mujeres del Renacimiento, las mujeres victorianas eran muy conscientes del cuerpo. Sexy significaba tener la cintura más pequeña humanamente posible. Para lograr este look, las mujeres usaban corsés. Algunos corsés estaban tan apretados que las mujeres apenas podían respirar, hasta el punto de que sentarse estaba completamente descartado.

Muchas mujeres incluso se rompían las costillas tratando de bajar su cintura a unos inconcebibles 30 centímetros. Las capas de enaguas, aros y polisón se volvieron muy populares, lo que magnificó las partes más grandes del cuerpo.



Desde que los humanos aparecieron por primera vez en la Tierra, la forma en que se representaba la belleza femenina ha dependido de la cultura y el tiempo: piernas cortas, piernas largas; cuerpo gordo, cuerpo delgado; pelo largo, pelo corto; alto, bajo; ojos grandes, ojos pequeños; piel blanca, piel negra;...

Hoy en día, muchas chicas quieren un mayor bronceado para sentirse más hermosas, pero hace unos siglos, tener la piel blanca como la leche era la característica principal de la belleza de una mujer. Lo que es bello hoy, hace unos siglos o incluso décadas, habría sido feo, incluso asqueroso. Una modelo delgada y bella hoy en día podría haber sido rechazada por todos hace cien años.

Pero las ideas de belleza física no han fluctuado solo para las mujeres. El concepto de belleza con respecto a los varones es igual de fluctuante y antiguo.



En el Mundo Antiguo, la belleza del hombre se veía en el cuerpo muscular, un tipo de cuerpo semi-culturista. En el Renacimiento, un hermoso cuerpo masculino era alguien que parecía incapaz de hacer mucho trabajo físico.



En el siglo XVII, los hombres guapos eran los que tenían una peluca de pelo largo, algo que hoy se asocia principalmente con las mujeres.



Siglo XVIII: como puede verse de nuevo, el aspecto de los varones e incluso los gestos estaban más relacionados con la percepción que se tenía de las mujeres a lo largo de otros períodos de tiempo, incluso en la actualidad.



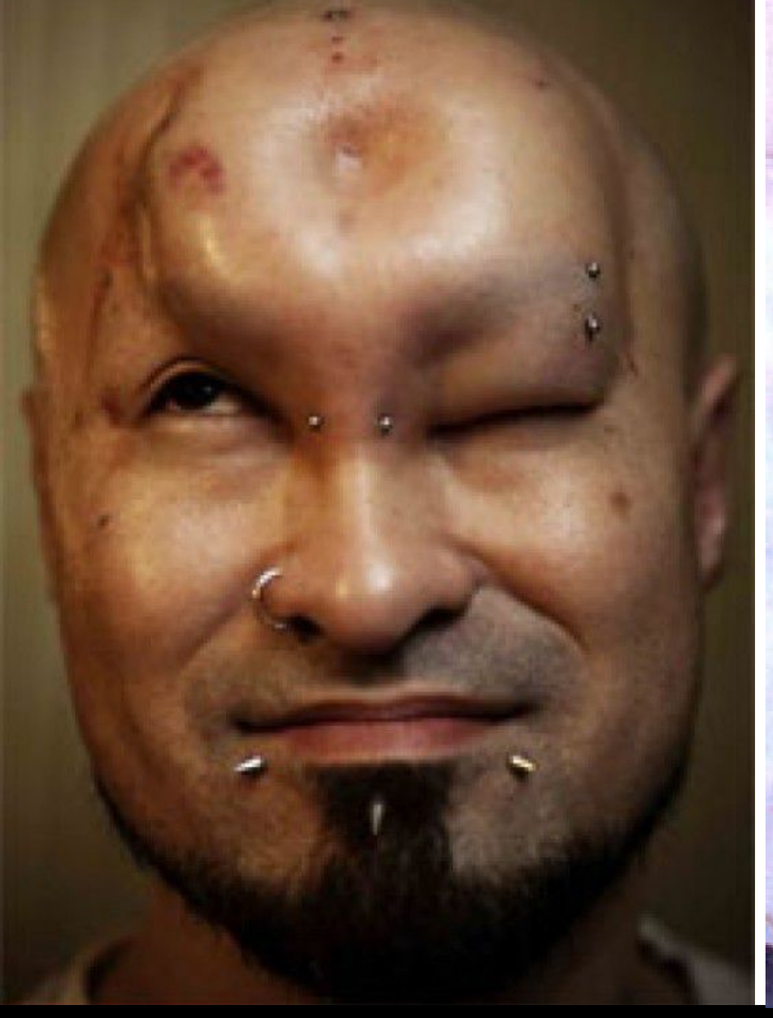
El vello del pecho de los hombres era un signo de masculinidad no hace mucho tiempo, pero ahora puede considerarse poco atractivo. Hace unos años, sugerirle a un tipo que se afeitara el pecho habría sido ridículo. Sin embargo, hoy en día, esto es ampliamente aceptado y ya no se asocia solo con las mujeres. Por lo tanto, estas cosas cambian continuamente de una era a otra, tanto para los hombres como para las mujeres.

Todos los ejemplos anteriores fueron nociones ampliamente aceptadas de belleza en varios períodos de tiempo, pero todos sabemos que esta noción es mucho más variada.

También es interesante observar que todo lo que hoy puede considerarse bello, mañana puede considerarse ridículo y feo, o incluso grotesco. Además, hay muchas culturas en el mundo donde las nociones de la belleza física de uno son contradictorias con lo que otras culturas consideran como tal. Lo que es hermoso en esta cultura puede ser considerado como feo en otra.

Las siguientes son nociones "extremas" de belleza, aunque tal vez no para aquellos que las consideran atractivas. Y son tan normales como las que ya se han presentado hasta ahora.


FREAK





La cabeza de rosquilla es una distorsión temporal (de 6 a 24 horas) por hinchazón de la frente creada por el goteo de una solución salina y que a menudo tiene la forma de una rosquilla o donut.

Los métodos de alargamiento cosmético de las extremidades extienden la longitud de los huesos (altura); ya sea mediante la administración de estimuladores de crecimiento u operaciones quirúrgicas.

Corset Piercing





Implante extraocular

Tatuaje en la córnea

Mientras que la gente de todo el mundo busca una prótesis perfecta, en Japón es todo lo contrario. La gente paga cientos de libras por tener los dientes torcidos.

El cuello en sí no se alarga; la apariencia de un cuello estirado es creada por la deformación de la clavícula.

El vendaje de los pies era la costumbre de aplicar un vendaje dolorosamente apretado a los pies de las niñas jóvenes para evitar un mayor crecimiento.



Diversos métodos, como el corte o la marca, se utilizan para crear un tipo de cicatriz queloide (elevada) en la piel, llamada escarificación.

"Pearling": la práctica de insertar permanentemente pequeñas cuentas hechas de varios materiales debajo de la piel de los genitales.

Se insertan discos cada vez más grandes en un orificio perforado en el labio superior o inferior, o en ambos, y así se estiran.



Mientras que en nuestro mundo "moderno", se anima a las niñas a estar más delgadas para estar guapas, en otras culturas ocurre lo contrario.

Y si piensas que estos conceptos abundantes y variados de la belleza física masculina y femenina (algunas ampliamente aceptadas, otras no tanto) son todo lo que existe, estarías equivocado, simplemente porque la línea entre lo masculino y lo femenino no está del todo bien definida. Así que ni siquiera podemos decir que "así es como se ve la belleza femenina" o "así es como se determina la belleza masculina", porque ni siquiera podemos definir lo masculino o lo femenino en primer lugar.

Hablamos del género en uno de nuestros números anteriores, así que puedes leerlo atentamente si quieres saber más sobre esta línea difusa entre los géneros: ***AQUÍ.***



Por supuesto, la belleza física no es la única "belleza" que la gente ve en los demás. Un hombre rico puede ser considerado como "atractivo" solo porque es rico. La fama de uno puede tener el mismo efecto. La carrera, el poder, la riqueza, el estatus social, etc., son solo algunos de los factores que pueden influir en la noción de la belleza de una persona.

COMO HAY TANTAS NOCIONES DE BELLEZA CON RESPECTO AL CUERPO HUMANO, ALGUNAS INCLUSO CONTRADICTORIAS CON OTRAS, OTRAS QUE CAMBIAN DE UNA ÉPOCA A OTRA, CREO QUE ES CORRECTO DECIR QUE LA BELLEZA ESTÁ EN "LOS OJOS DEL OBSERVADOR".

ES ALGO QUE YA SOLO DESDE ESTA PERSPECTIVA, NO EXISTE DE FORMA OBJETIVA.

ES SOLO ALGO QUE LA GENTE APRECIA A SU MANERA, INFLUENCIADA POR SU CULTURA.



CULTURA

ARTE



Se puede decir que esta conocida pintura de Jesús del siglo VII es hermosa porque fue realizada por un conocido artista y vale una fortuna.

¿Pero es la pintura en sí misma la que te parece bella y valiosa, o el año en que se hizo, o el pintor que la pintó? Mira muy de cerca el cuadro y trata de no pensar que fue hecho por este conocido pintor que tenía una forma especial de pintar sobre madera, incluso siendo medio ciego (lo que puede impresionar a algunos).

¿Todavía te sigue gustando tanto?



La manera más fácil de entender cómo una pintura es vista como bella en su mayoría debido a la cultura que se crea a su alrededor, es imaginarse con una pintura hecha por un niño de 3 años y decir que fue hecha por un pintor de renombre y tratar de venderla lo más cara posible. Verías que muchos caen en tu estafa (video). De hecho, estafas similares son ampliamente utilizadas.

En uno de los episodios de Real Hustle, hicieron exactamente lo mismo: tomaron un cuadro hecho por unos niños y lo vendieron por varios miles de libras a alguien que era un fanático del arte. Incluso hicieron examinar su pintura por un experto que estuvo de acuerdo en que valía eso.

La misma idea fue abordada en el documental Battle of The Brains , en el que se pidió a algunas personas de diversas carreras (músicos, físicos, etc.) que pintaran un cuadro y luego lo pusieron a la venta. Entre estas personas había un pintor muy conocido, pero todas las pinturas estaban mezcladas de tal manera que nadie sabía quién las había hecho. Curiosamente, la pintura que obtuvo los votos más altos no fue la creada por el renombrado pintor.

Banksy, un conocido pintor vendió recientemente su obra anónimamente en la calle para demostrar la extraña comercialización del arte. Sus pinturas, cuyo valor se estima en 40.000 dólares o más cada una, se vendieron por 60 dólares o menos, lo que demuestra que las personas que no fueron influenciadas por la cultura detrás de esas pinturas no reconocerán su enorme valor en el mundo del arte.

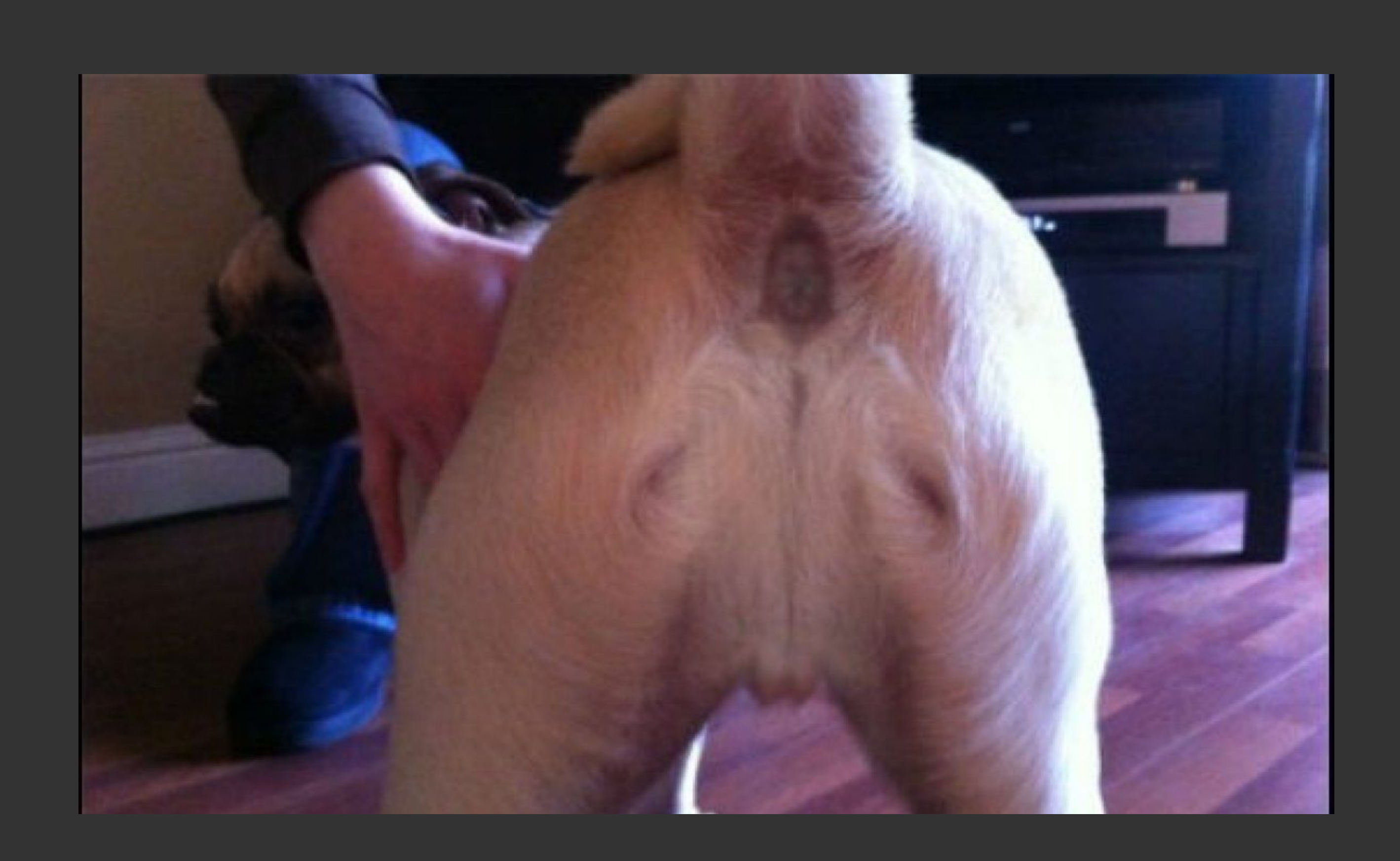
Por lo tanto, la comercialización, el mercado y la cultura en torno a la pintura es lo que la hacen bella, digna y costosa.



"Exit Through the Gift Shop" es un documental realizado por Banksy que demuestra con más detalle cómo el arte es algo puramente subjetivo y cómo cualquiera puede hacerlo. Te recomiendo que veas este documental para ver cómo un francés que no tenía conexión con el arte y la pintura puede ganar millones de dólares con la venta de pinturas sin sentido.

¿Recuerdas al Jesús del siglo VII pintado en madera por el conocido artista medio ciego?

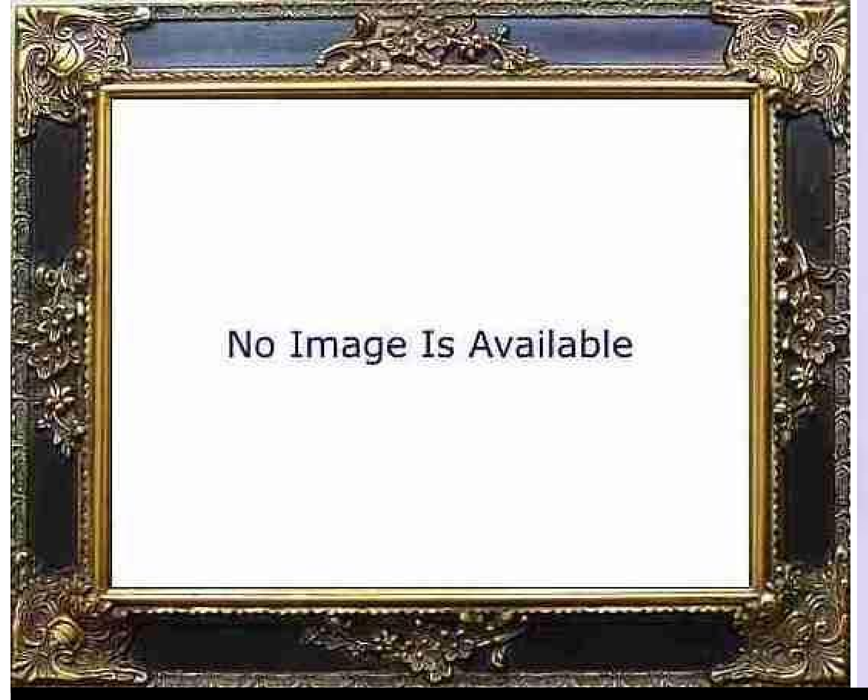
Bueno, pues si miras ahora esta imagen y te fijas detenidamente en el rostro de Jesús, verás que realmente lo que estás mirando es el trasero de un perro.



Tal vez si no te hubiera contado la verdadera historia detrás de la pintura de Jesús probablemente habrías visto algo de belleza ahí, pero conociendo la verdad ahora, difícilmente encontrarás belleza en ello. Esto es para mostrarte una vez más cómo la cultura influye en lo que consideras "bello".



En su serie de autorretratos de 2007, Booty, Julie Heffernan
se pintó a sí misma vestida con vestidos espeluznantes hechos
de cadáveres de animales muertos.





El Museo de Arte No Visible o MONA, alberga una variedad de obras de arte no visibles que solo pueden ser admiradas leyendo la descripción del artista. Suena raro, pero lo creas o no, alguien pagó 10.000 dólares por una de estas `obras maestras'.

Aunque la zoofilia y la bestialidad son temas tabú en nuestra sociedad moderna, el artista Saiman Chow aborda estas delicadas cuestiones en sus últimas obras de arte.





Zhu Cheng, uno de los escultores más famosos y talentosos de China, ha ayudado a nueve de sus estudiantes de arte a crear una réplica de la Venus de Milo a partir de excrementos.

Adam Morrigan, un artista británico de Gloucestershire, Gran Bretaña, crea obras de arte a partir de animales atropellados y vende algunas de ellas.



El imigongo es una forma de arte popular en Ruanda que se produce utilizando estiércol de vaca. Es una forma de arte tradicional ruandesa hecha por mujeres.



El australiano Tim Patch es un artista que utiliza su pene para pintar.



Orestes de la Paz ha puesto su corazón, alma y grasa en 20 barras de jabón especial hecho con su grasa liposuccionada.

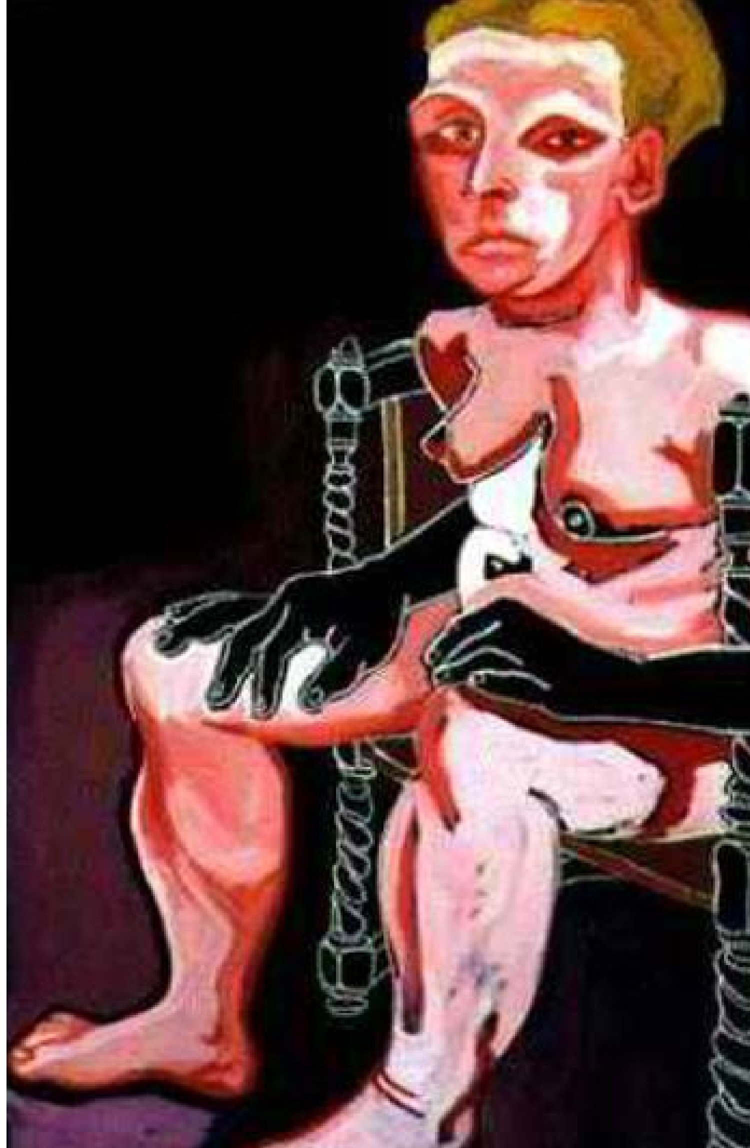


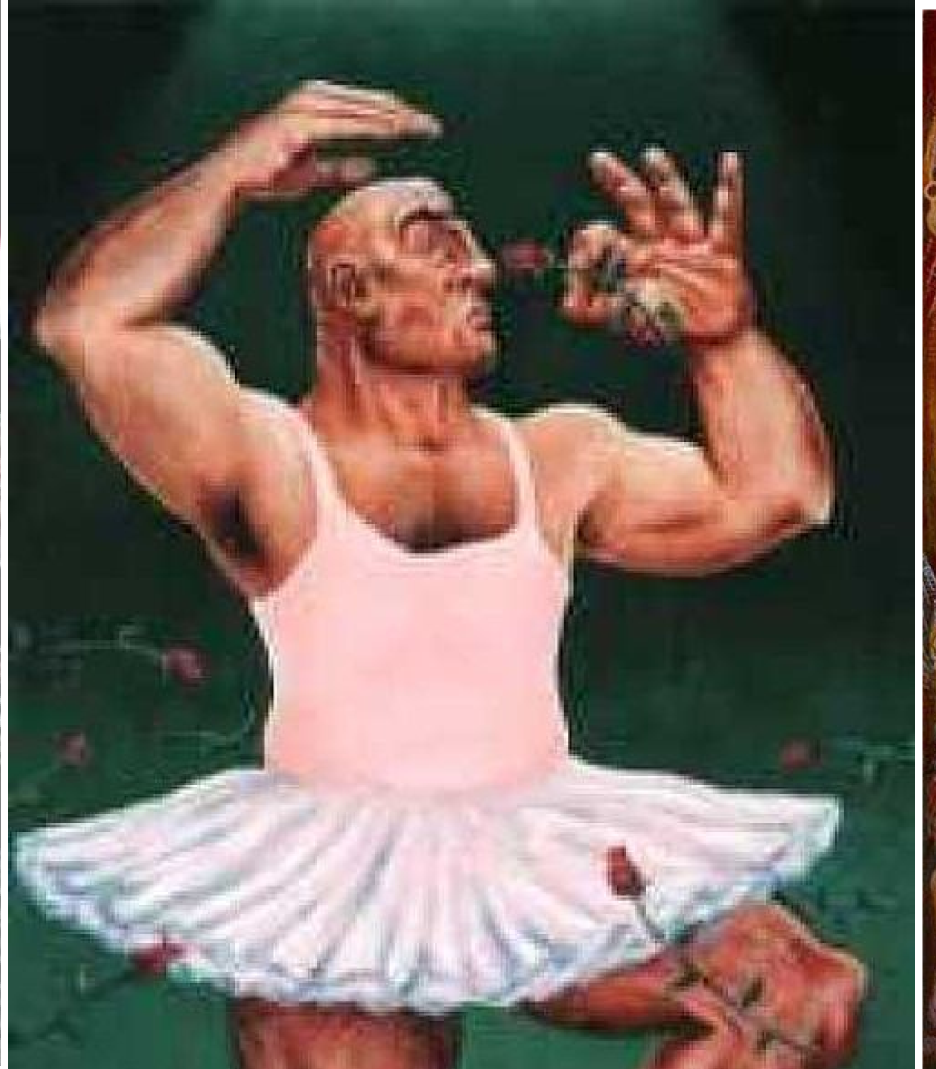
Ani K pinta con la lengua y regularmente, y no es de extrañar, lidia con náuseas y calambres.

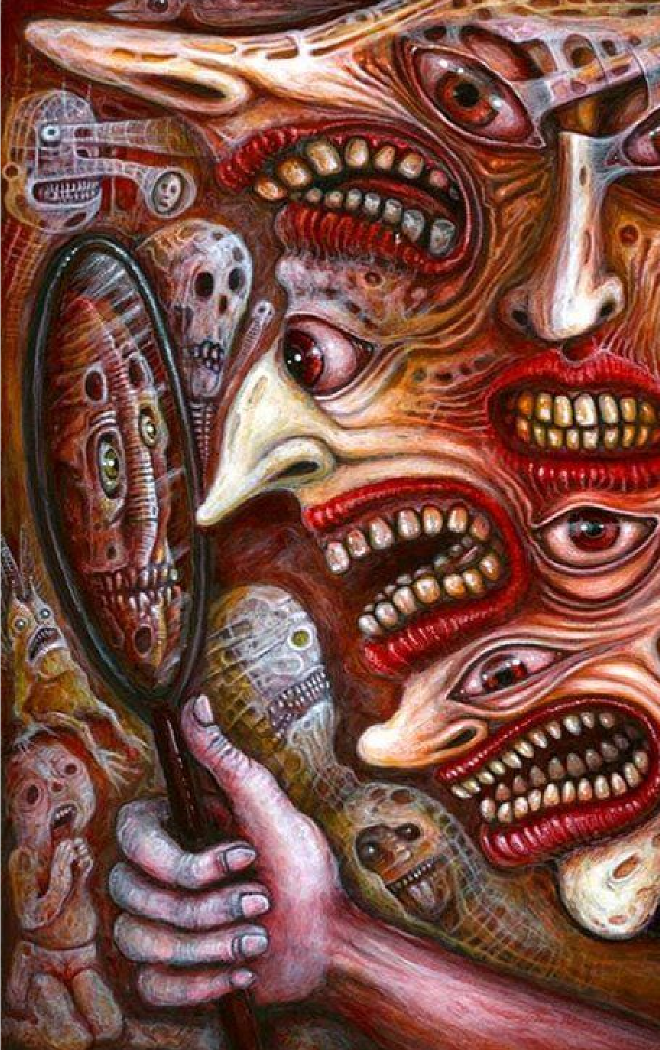
La pintora de vómitos Millie Brown crea lo que algunas personas llaman arte, bebiendo leche de colores y regurgitándola en un lienzo blanco o incluso en su propio vestido.

¿ ARTE ?

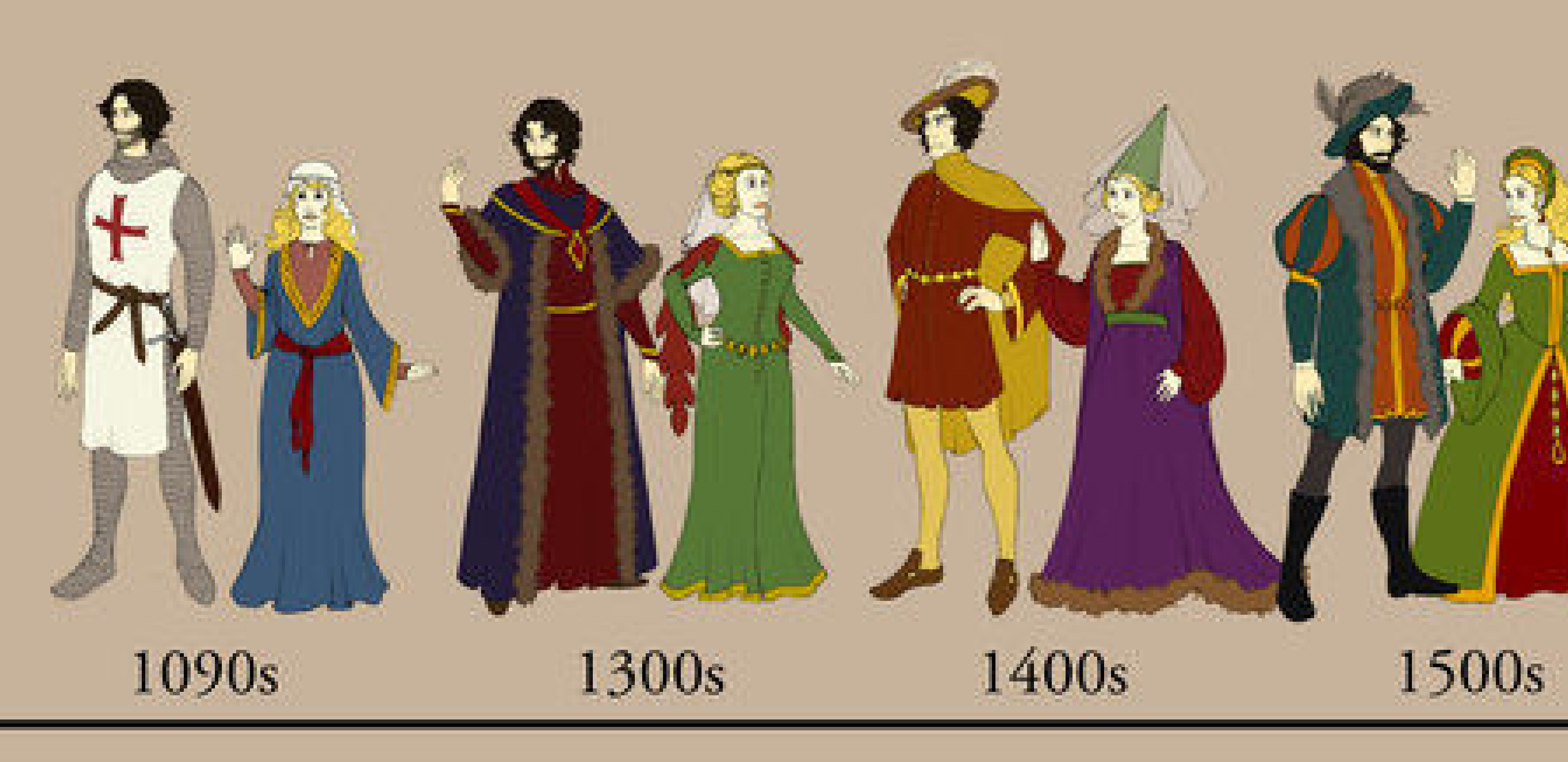


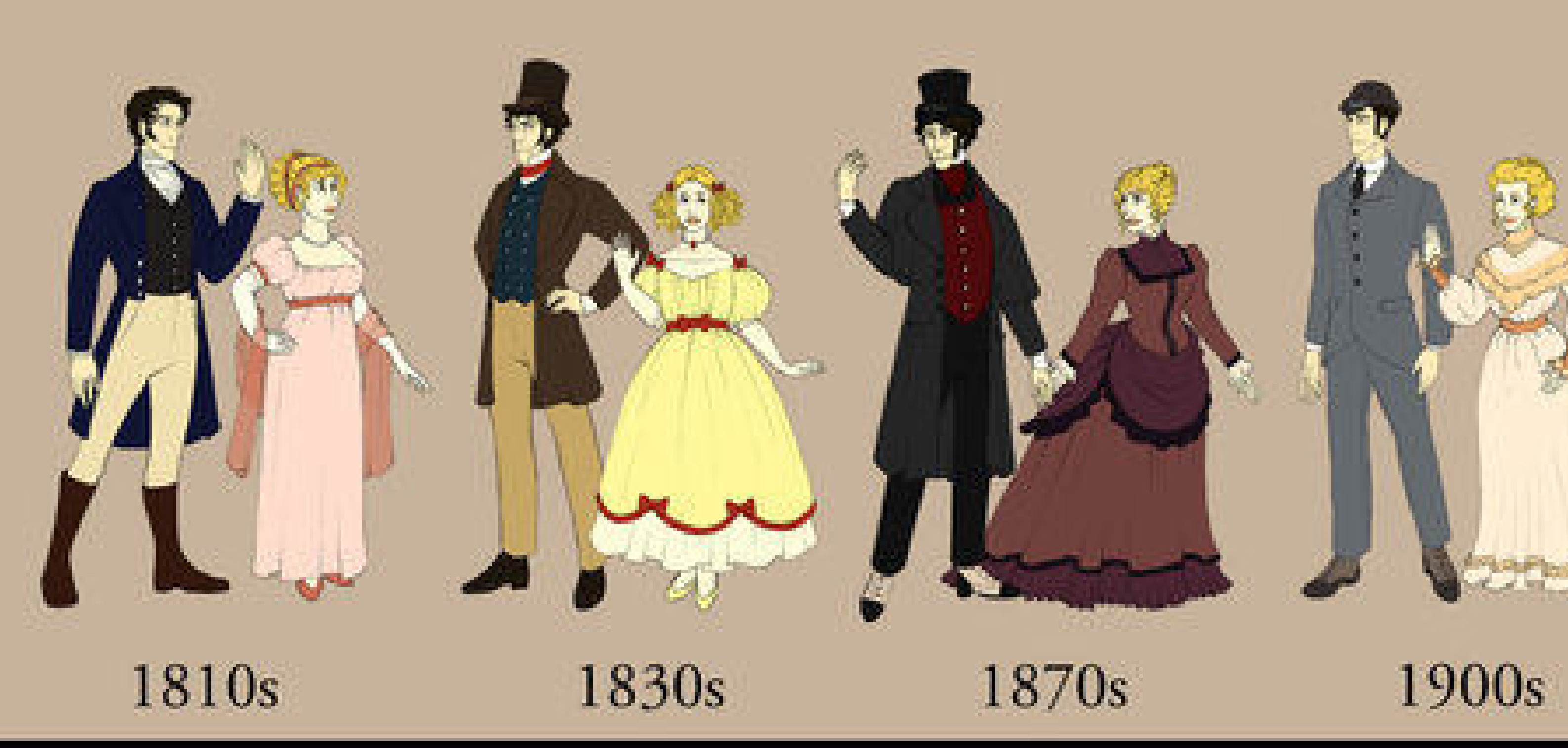






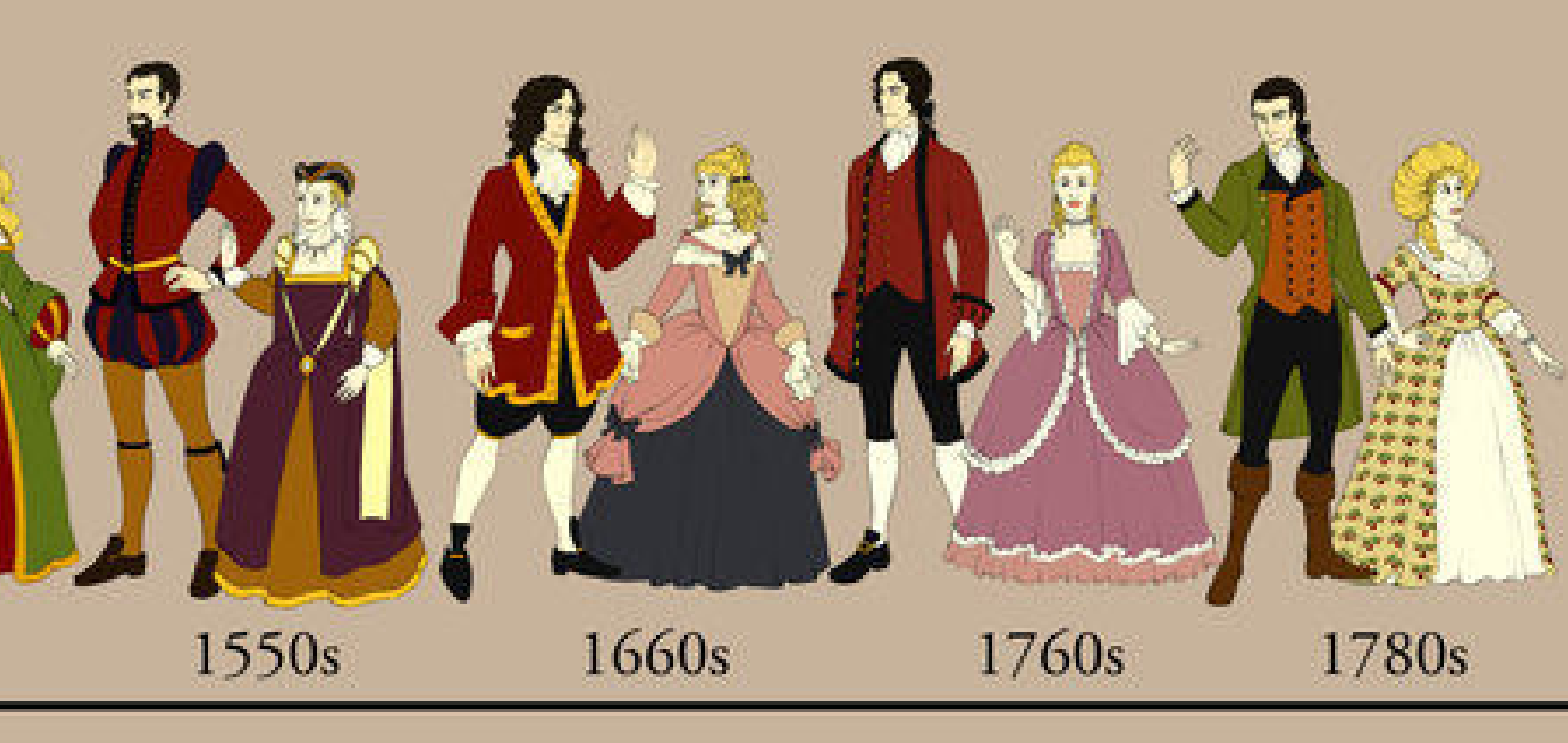
La moda, como todos sabemos, cambia de año en año, o incluso de mes en mes, así que lo que hoy consideramos bello, hace unos años era feo.

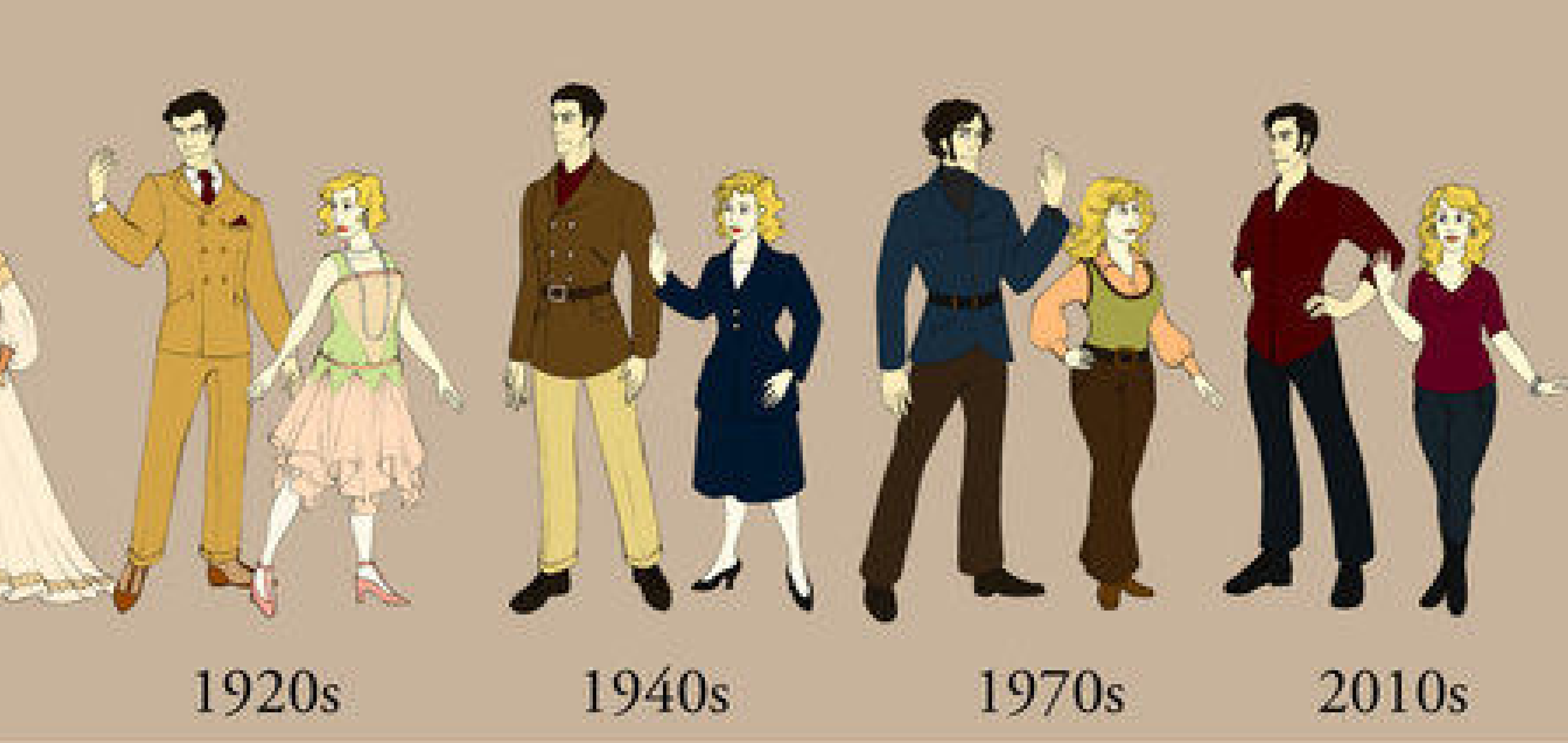




Esto fluctúa tanto que no tiene sentido analizarlo en detalle. Y esto también se aplica a canciones, escritos, fotografías, etc.

Todas son bellezas subjetivas.





DISEÑO

Diseño es otra palabra con tantos significados que parece una locura tratar de abordarla. Pero de lo que quiero hablar es del diseño gráfico, ya sea del diseño web o incluso del diseño de esta revista.

He estado diseñando sitios web durante siete años o más y he notado cuánto ha cambiado la noción de un sitio web atractivo a lo largo de los años. En 2005, cuando empecé a diseñar mis primeros sitios web, recuerdo que todo estaba lleno de sombras, brillos internos, colores degradados - un sitio web de aspecto tridimensional lleno de colores y animaciones de gif. Hoy es diferente. Muchas páginas web utilizan sólo unos pocos colores y un diseño plano. La mía también se ve mucho más limpia y simple ahora, pero todo ese movimiento, desde el diseño de sitios web llenos de gente hasta una apariencia simple, no se aplicaba a todos. Muchos sitios web siguen estando abarrotados, mientras que otros se han mantenido más sencillos desde principios de 2000.

La tecnología jugó un papel importante en el cambio de la noción de un sitio web hermoso con la introducción de las pantallas anchas. Los smartphones y las tabletas trajeron más cambios con la pantalla táctil. Lo que un libro de diseño web de 2008 dice sobre el diseño web puede ser completamente irrelevante hoy en día.

Hoy en día se pueden ver sitios web con un menú superior, menú lateral, menú oculto.

Múltiples combinaciones de colores y diseños de página. No hay una sola manera de diseñar un sitio web y la propia Internet lo demuestra constantemente.

Ejemplos: 1, 2, 3

1996-1999 Exper

TOP WEBS

AOL.COM
WEBCRAWLER.COM
METSCAPE.COM
YAHOO.COM
INFOSEEK.COM
PRODIGY.COM
COMPUSERVE.COM
UMICH.EDU
PRIMENET.COM
WELL.COM

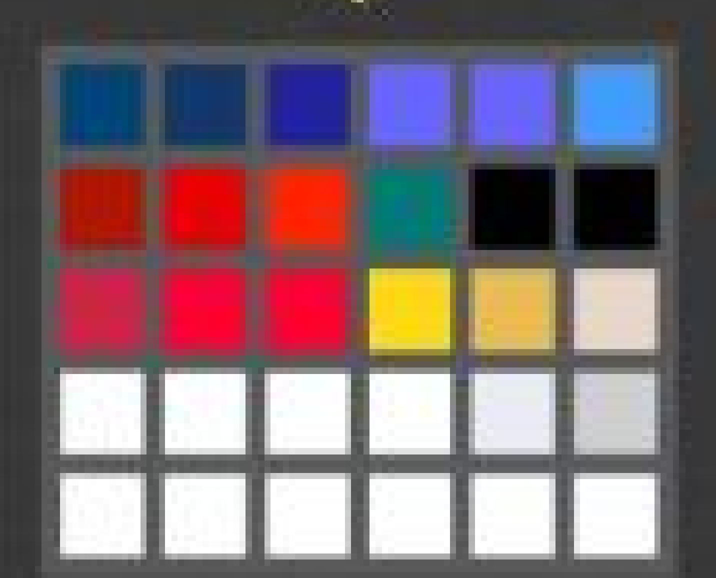
ELEMENTOS C

BARRA DE BÚSQUEDA SUPERIOR

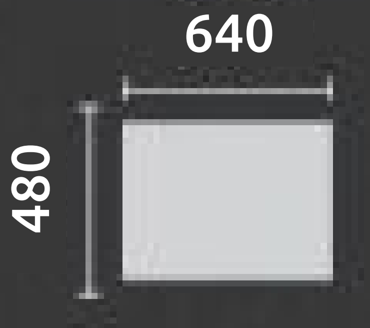
NAVEGACIÓN GRÁFICA DE LA WEB

DIRECTORIO BASADO EN TEXTO

COLORES COMUNES

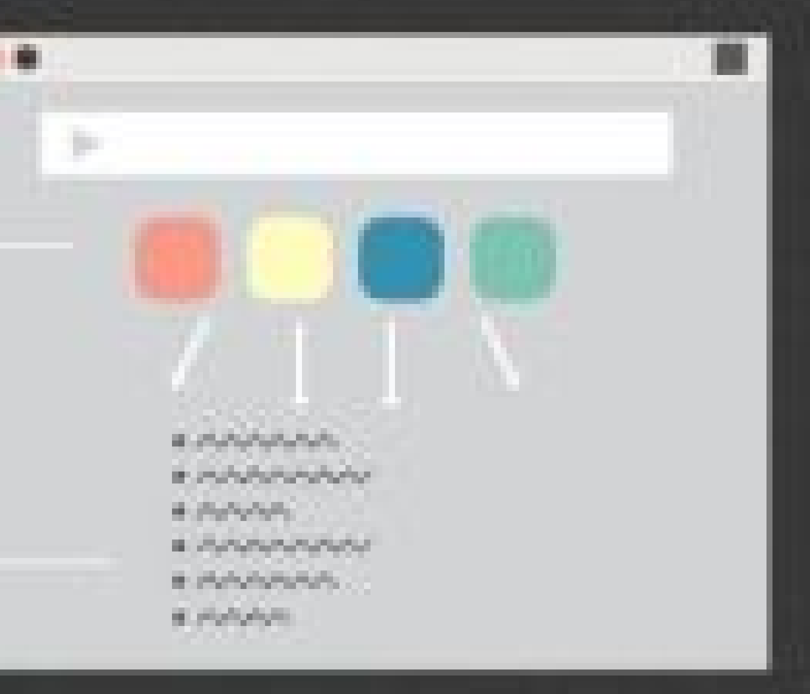


RESOLUCIÓN



riencia de usuario ignorada

OMUNES DE NAVEGACIÓN Y ORGANIZACIÓN



Nº DE WEBS

AL PRINCIPIO

100.000

AL FINAL

9.000.000

CELULAR



2000-2005 Múltiples



APPLE.COM

MSN.COM

EBAY.COM

NAPSTER.COM

OVERTUBE.COM

MCDONALDS.COM

FORBES.COM

NATIONALGEOGRAPHIC.COM

MICROSOFT.COM

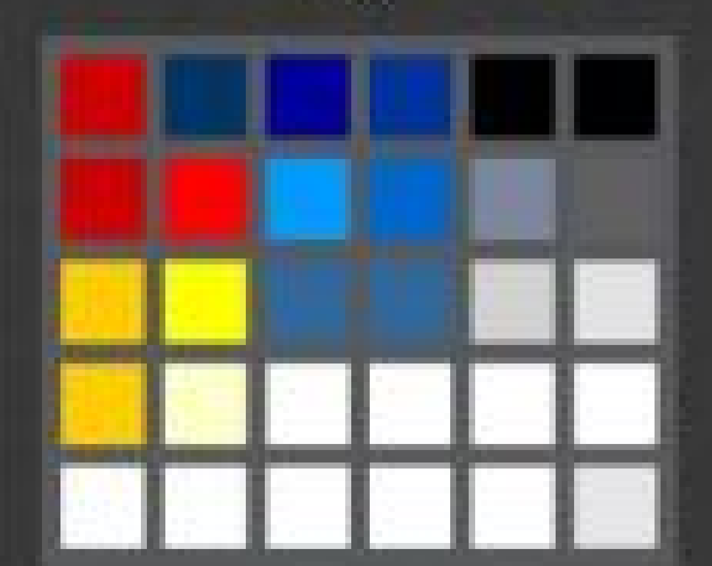
ELEMENTOS C

BARRA DE BÚSQUEDA

PESTAÑAS DE NAVEGACIÓN

BARRA IZQUIERDA DE CATEGORÍAS

COLORES COMUNES



RESOLUCIÓN



formas de navegación

OMUNES DE NAVEGACIÓN Y ORGANIZACIÓN



Nº DE WEBS

AL PRINCIPIO

25.000.000

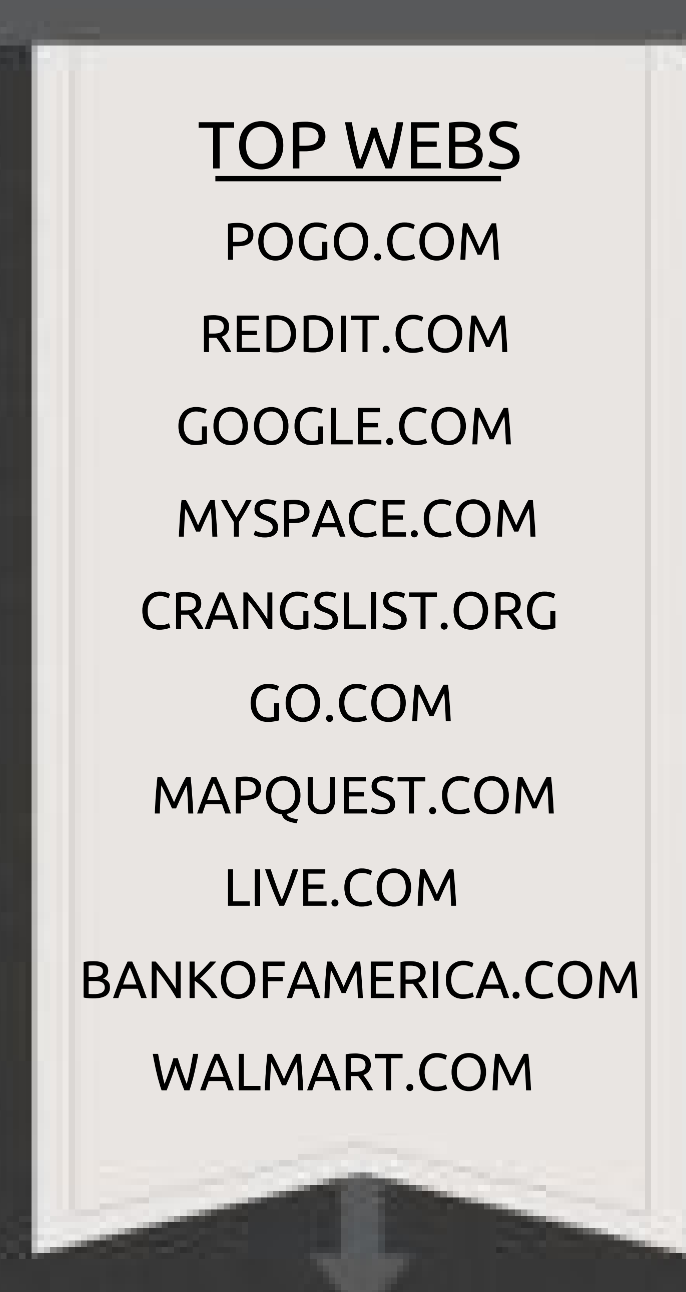
AL FINAL

70.000.000

CELULAR



2006-2012 Popularizaci



ELEMENTOS C

ETIQUETAS SUPERIORES DE NAVEGACIÓN

PANTALLA "LOG IN"

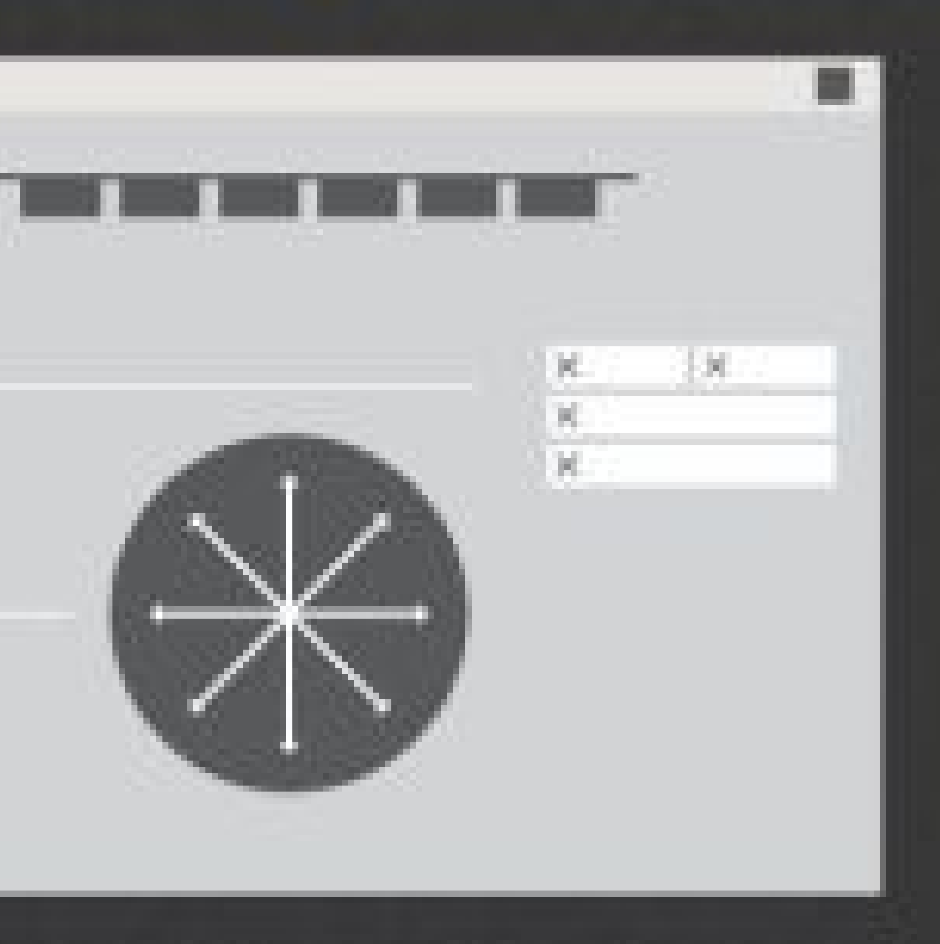
PÁGINA DE INICIO





ión de las pantallas log-in

OMUNES DE NAVEGACIÓN Y ORGANIZACIÓN



Nº DE WEBS

ANFANG

100.000.000

ENDE

250.000.000

CELULAR



A veces, cuando la gente quiere ayudar a diseñar estas revistas, porque necesitamos ayuda con esto, ya que todos trabajamos como voluntarios y no podemos hacer mucho más, a menudo me encuentro con gente que dice cosas como: "Esta es la manera correcta de diseñar la revista. Hazme caso, soy diseñador gráfico".

Me encanta la gente que quiere ayudar y estoy deseoso de trabajar con ellos, pero este enfoque es, por supuesto, caótico y sin base en la realidad. No podemos ponernos de acuerdo sobre cuál es la mejor manera de diseñar una revista porque no hay una "mejor manera".

Hay miles de diseños de revistas diferentes, y en cuanto al diseño web, su concepto de "belleza" ha cambiado de año en año. Encontrarás páginas con muchas fotos o sin fotos; múltiples colores o un esquema de solo unos pocos colores por tema.

Pero imaginemos por un segundo: ¿Cómo podemos decidir que un diseño se ve mejor que otro?

Preguntamos a los lectores cuál les gusta más

+

Analizamos el tiempo que la gente pasa en una página

+

Seguimos las reglas de diseño (sean cuales sean en ese momento)

=

?

¿Cómo podemos saber que nuestros lectores conservarán su gusto estético con el tiempo teniendo en cuenta su opinión?

Todos sabemos que solo porque mucha gente tenga la misma opinión sobre algo, no es necesario que sea una opinión educada. En realidad, como demuestra la historia, es todo lo contrario. Hoy en día, más del 80% de la población mundial es religiosa. ¿Eso hace que cualquier religión sea cierta?

Así que los números no dicen nada sobre un diseño que se vea mejor o peor. Solo dice que a esta cantidad de gente le gustó este diseño. Y lo que les gusta es otra discusión complicada. Tal vez a algunos les gusten los colores, tal vez algunos tuvieron un día muy bueno y son más propensos a que les guste el diseño, y así sucesivamente. No es nada exacto, así que no hay ciencia aquí.

Lo mismo ocurre con cualquier diseño que puedas imaginar cuando se trata de su aspecto. He visto que algunas personas prefieren las habitaciones cuadradas, otros redondas, pintadas de rojo, de negro, habitaciones altas o bajita, edificios amarillos, edificios con forma de zapato o de pene.

Pero aún hay quien puede argumentar que hay una ciencia detrás de todas estas nociones de belleza: desde la gente hasta los edificios, los sitios web o la moda.

¡Vamos a analizarlo!

CIENCIA

BELLEZA FÍSICA

Cuando algunos científicos proclamados quieren analizar la noción de belleza, parece que su único medio para hacerlo es la psicología que, por desgracia, como demuestra una y otra vez, no es una ciencia (ENLACE)

Observan cómo reacciona la gente ante, digamos, los rostros de algunas personas o preguntan a los sujetos de prueba cuál es la cara que más les gusta. Sea cual sea el enfoque que adopten con esto, necesitan las opiniones de la gente y, al hacer cálculos, pueden obtener estadísticas que muestren, por ejemplo, que al 76% de las personas les gusta este tipo de rostro que ellos, los investigadores, han definido bajo sus propios términos subjetivos: ojos grandes, barbilla larga, frente grande, etc...

Así que tomas a 3.000 personas y les muestras 60 caras diferentes. Eligen a los que más les gustan. Luego se analiza lo que les ha gustado y se intenta encontrar correlaciones entre las imágenes. Por ejemplo, podría darse que a la mayoría de ellos les gustara la gente de ojos azules. Pero no olvidemos que esto es algo que tú, como investigador, tuviste que inventar. Incluso si les preguntas o sigues su movimiento ocular y te das cuenta de que realmente les gusta más la gente con ojos azules, el experimento solo te está diciendo que al 76% de 3.000 personas les gustaba la gente con ojos azules. Eso es todo lo que dice.

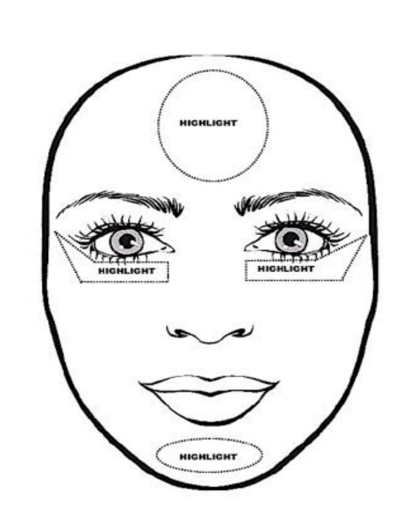
Estas personas pueden cambiar su percepción en 3 horas o en 3 meses acerca de las personas con ojos azules. También has de reconocer que 3.000 personas no son 7.000 millones. Además, como hemos señalado antes, los números no dicen nada acerca de la belleza. Si al 99% de las personas les gustan los ojos azules y al 1% no, esto no hace que los ojos azules sean hermosos.

Otro examen psicológico que realizan se basa en los métodos de la psicología evolutiva.

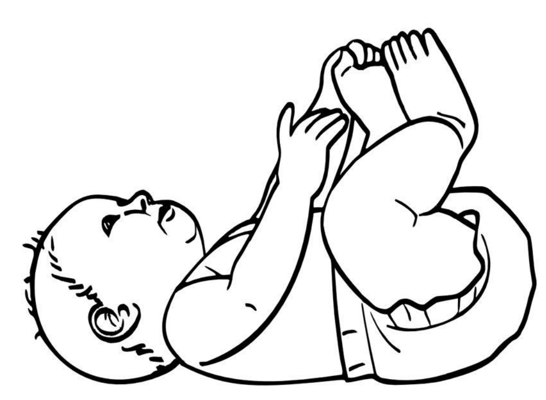
Aunque demostramos en nuestra edición especial de Psicología que la psicología no es una ciencia exacta en absoluto, e incluso discutimos sobre la psicología evolutiva en particular, voy a abordar esta idea de nuevo, ya que es algo que los medios de comunicación convencionales parecen incapaces de captar y a menudo presentan erróneamente.

Hay tres ideas principales que parecen científicas y que abordan la noción de belleza:

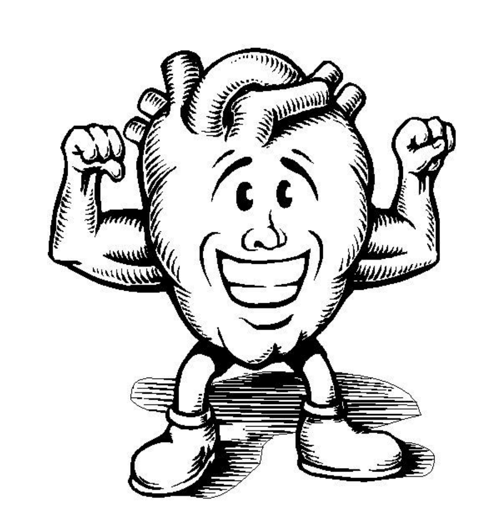
1. SIMETRÍA



2. LA BELLEZA ES INNATA



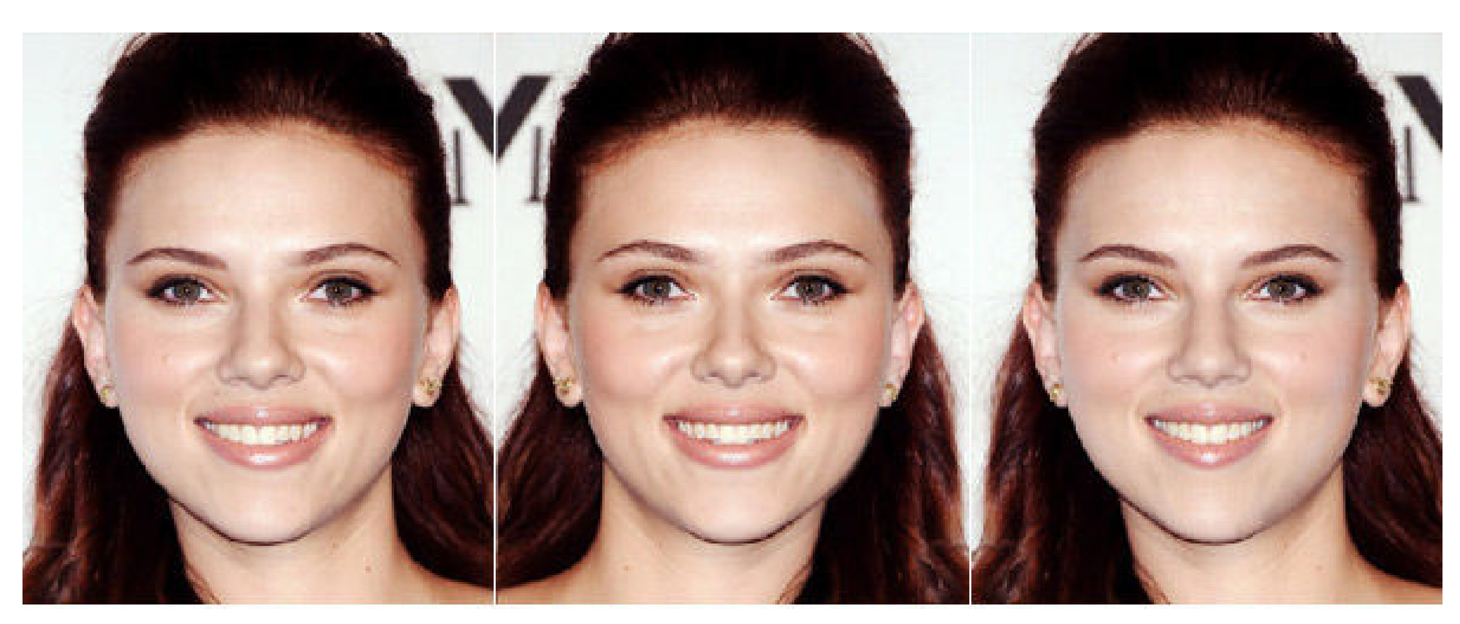
3. BELLEZA = SALUD



1. Algunas personas argumentan que la simetría facial equivale a belleza. Así que imagina una foto de tu cara cortada por la mitad. Si luego duplicas una de las mitades y la comparas con la original, supuestamente te verás mejor, simétrico. Aunque se han hecho numerosos estudios, nada concluyente ha resultado de los esfuerzos.

No solo la simetría es casi imposible de detectar por cualquier persona, sino que parece que numerosos estudios psicológicos, como el anterior, en el que imaginamos sobre los ojos azules, no pueden mostrar ningún resultado definitivo en absoluto. Además, ten en cuenta que aunque un estudio muestre que más miembros del grupo prefieren los rostros simétricos, eso no es lo mismo que decir que los rostros simétricos son más hermosos. Solo está mostrando que algunas personas de ese estudio en particular prefirieron caras simétricas sobre las otras que se les mostraron. También hay que definir "simétrico", porque me parece imposible encontrar un rostro simétrico en el mundo real. Asimismo, las personas no son estatuas; sonríen, lloran, se ponen tristes y hacen expresiones faciales todo el tiempo.

He aquí algunos ejemplos de estas caras simétricas. Mira cuál te gusta más o si tiene sentido para ti.



Original | **Simetría Izquierda** | **Simetría Derecha**

Así que esta teoría, como las otras, es completamente defectuosa. Lo único que demuestra es como la psicología falla otra vez en su intento de ser una ciencia.

2. ¿Podemos nacer con valores culturales?

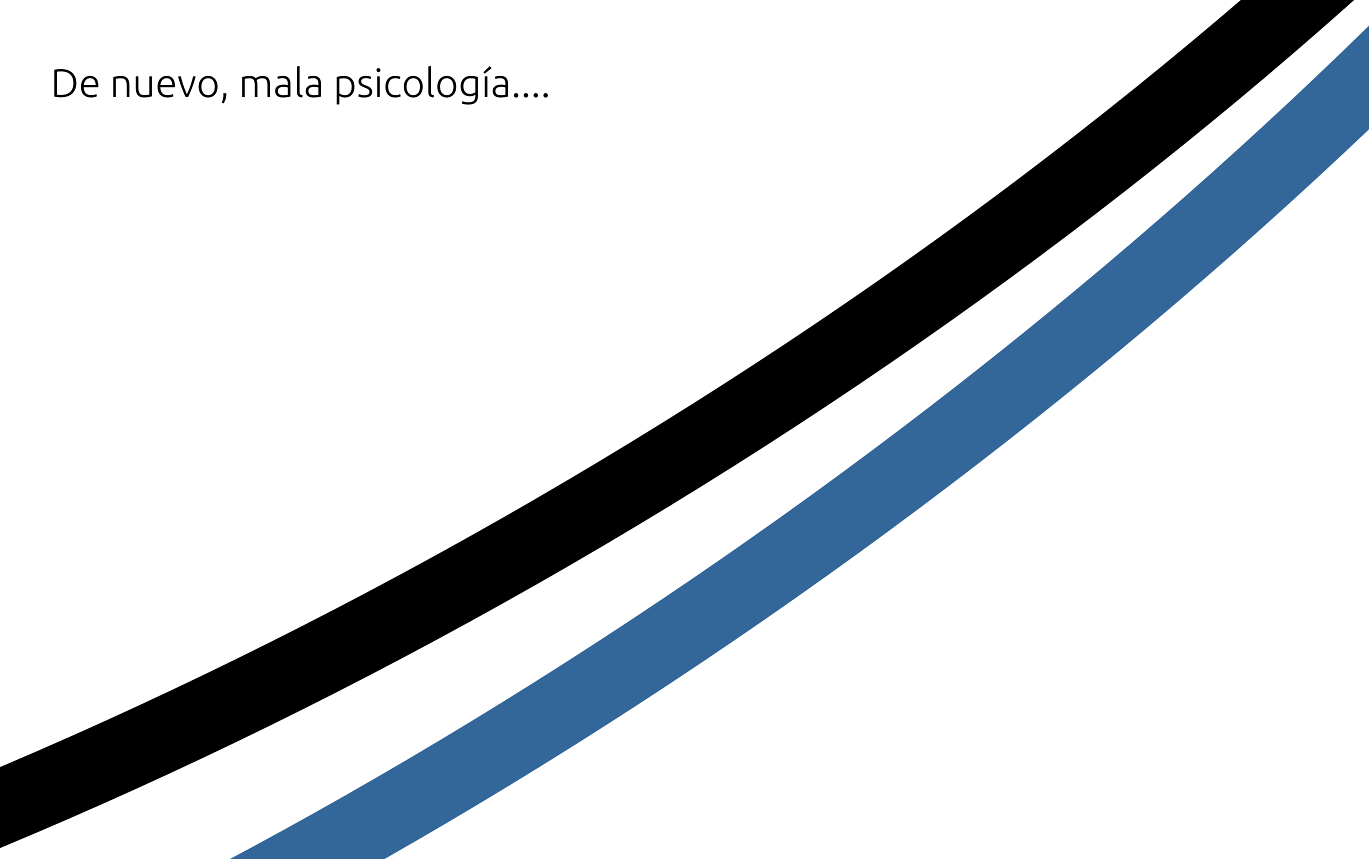
Primero lea esta declaración: "Dos estudios realizados a mediados de la década de 1980 demuestran de forma independiente que los bebés de tan solo dos y tres meses de edad miran más de cerca un rostro que los adultos consideran más atractivo que uno que los adultos consideran menos atractivo. Los bebés son maravillosamente hedonistas y no tienen modales, por lo que miran fijamente a objetos que consideran agradables. Cuando los bebés miran fijamente a algunas caras durante más tiempo que a otras, esto indica que prefieren mirarlas y las encuentran atractivas." (fuente)

Esto es como decir que los bebés miran más a las estrellas que no centellean, por lo que se sienten atraídos por los planetas. Lo hacen porque les gustan más los planetas que las estrellas.

¿No sería una locura concluir esto?

Bueno, ambas son puras interpretaciones. En primer lugar, no se puede juzgar lo que es más atractivo, como hemos demostrado antes, por lo que este experimento es defectuoso antes de empezar. En segundo lugar, solo se pueden suponer las razones por las que los niños miran más a las llamadas personas atractivas.

De nuevo, mala psicología....



3. Uno de los 'hechos' científicos más fuertes en torno a esta noción parece ser el motivo evolutivo de por qué existe la belleza.

Necesito hacer hincapié una vez más para que leas nuestro artículo sobre psicología para entender en detalle por qué la psicología no es una ciencia porque, como en los otros casos que presentamos en ese artículo, aquí también, la psicología está haciendo todo tipo de interpretaciones subjetivas.

Los psicólogos evolutivos dicen que la belleza es en realidad un conjunto de características físicas que se asemejan a un cuerpo sano y es por eso que las percibimos como hermosas.



¿En serio?

¿Puedo decir fácilmente si una niña hermosa tiene SIDA, un tumor cerebral, o tal vez alguna otra condición médica no saludable? Si es así, sería un médico de primera en este mundo; incluso un mesías. Esta es una teoría muy mal presentada o una típica prueba psicológica sin sentido. En realidad, observa el mundo un poco y mira cuántos tipos de cuerpos y condiciones hay: gente sin cejas, con una pierna, sin pelo, demasiado pelo, dos vaginas, un ojo, cuellos cortos, uñas enormes, gordas, delgadas, negras, blancas, con mala visión, con un sistema circulatorio deficiente, con diabetes, etcétera, etcétera.... Luego ten en cuenta que todas estas personas tienen novias, novios, se casan, atraen a admiradores, y tienen gente que las aman.

Decir que la gente elige a las chicas con ojos grandes porque los ojos grandes denotan salud es un concepto tan improbable que es una locura tratar de encontrarle sentido. Ya sea que se trate de una reacción inconsciente o consciente, todavía está más allá de la imaginación tratar de explicar esa reacción con una historia tan vasta y compleja.

Imagínate hacer el mismo tipo de estudios para los automóviles. Digamos que a la gente le gustan los autos con ruedas grandes y colores brillantes. Todos sabemos que no a todas las personas les gustan esas características, pero al igual que los estudios psicológicos, supongamos que estamos de acuerdo en que a la mayoría de las personas les gustan esos tipos de autos. Ahora vamos a encontrar una correlación entre las ruedas grandes, la pintura brillante y el coche.



Podemos decir que las ruedas grandes sugieren a un coche mejor construido y la pintura brillante grita que este coche está sano y bien gestionado. Así que ahora podemos decir que todo esto tiene sentido: a la gente le gustan las ruedas grandes y la pintura brillante porque esto ha demostrado ser una ventaja para ellos a lo largo de los años y es por eso que les gustan esas características. Asocian estas características con un coche bien construido y en buen estado. Pero incluso si esto fuera correcto, es algo que aprendieron en el camino. No podemos decir que nadie haya nacido con esta idea de los coches. Los coches no estaban aquí hace 2000 años, al igual que el cuerpo humano ha cambiado mucho en los últimos 40000 años.

Esto ni siquiera tiene en cuenta que el coche puede haberse oxidado bajo la pintura brillante y que las ruedas grandes pueden haber sido añadidas más por razones estéticas más que por un diseño robusto. Del mismo modo, la belleza percibida del propio cuerpo (bien vestido, maquillaje, etc.) puede enmascarar algunos problemas de salud, y esta situación tan común se opone a la teoría de "la belleza es igual a la salud".

Si quieres deleitar tu vista con los vastos estudios de lo que se llama belleza, por favor lee este artículo basado en psicología de wikipedia.

En general, cuando la gente dice que utiliza la ciencia para probar el concepto de belleza física, utiliza la psicología, que no es ciencia.

Utilizan las opiniones personales y subjetivas de las personas y extraen de los resultados los significados que desean. Piensa en cuántas similitudes encuentran entre las culturas en lo que se refiere a la belleza vs. cuántas diferencias hay entre esas culturas.

Apuesto a que hay muchas más diferencias que similitudes cuando se trata de la "belleza" subjetiva.







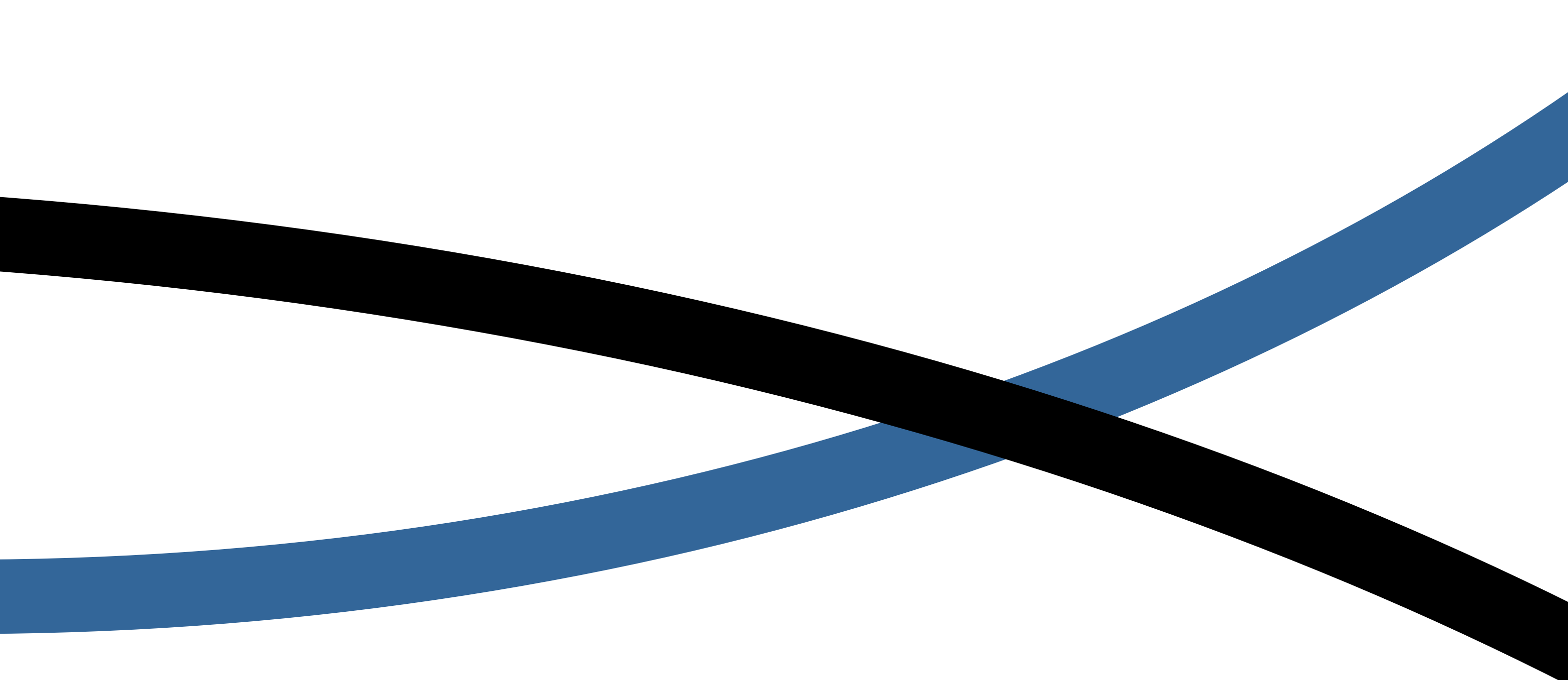
Al igual que con la belleza física, se intentó probar científicamente esta noción utilizando exactamente el mismo tipo de pruebas psicológicas. Analizar las respuestas de un grupo de personas a través de una serie de pruebas para ver qué diseños de sitios web, diseños de revistas, etc. les gustaban más.

Luego concluyeron que a la gente le gustan ciertos colores, formas, fuentes de texto, etc., y generalizan todo eso diciendo "a la gente le gusta más este tipo de diseño".

Una cosa que oigo a menudo cuando se trata de diseñar un sitio web o esta revista es que los expertos tienen números para mostrar que un diseño es más eficiente que otro. No tengo nada en contra de eso ya que probablemente es cierto, pero la eficiencia no se trata de lo bien que se ve un sitio web o una revista.

Y esto nos lleva al siguiente punto: las dos “M” - **Marketing y Manipulación.**

Las empresas a menudo contratan a "expertos" para realizar todo tipo de pruebas psicológicas con el fin de poder vender mejor sus productos, y a menudo se dice que esto es científico si tienen un negocio exitoso. Después de todo, si contrato modelos de belleza que son recomendadas por "especialistas" por ser hermosas para vender los jeans que hice, y veo un aumento en las ventas, tengo todo el derecho de asociar eso con la decisión consciente que tomé de contratar a esas modelos. .



Esto sucede todo el tiempo para casi todas las empresas, pero el concepto erróneo es asociar eso con la belleza: decir que estas modelos venden más jeans porque son más bonitas, como si fuera un concepto general. Las dos M's (marketing y manipulación) y la noción de belleza son dos cosas separadas. La última es una noción subjetiva, la otra es aprovechar esta noción subjetiva.

Lo mismo ocurre con cualquier sitio web diseñado por "diseñadores gráficos profesionales". Analizan lo que le gusta a la gente y usan esa información para diseñar webs para que puedan tener más éxito como empresa de diseño. Pero una vez más, los sitios que hacen no son un modelo de webs hermosas, o de diseño web bien hecho. Es justo lo que es: que usen algunas ideas después de hacer algunas pruebas muy cuestionables para mejorar sus ventas.

Los resultados obtenidos de este tipo de pruebas se buscan generalmente para mejorar la eficiencia general de sus diseños, no su llamada "belleza". Estoy seguro de que YouTube y Facebook tienen esos equipos de diseñadores, y aún así muchos se quejan de que sus sitios web o jugadores son horribles, poco intuitivos y feos.

Y esto sucede porque, por última vez:

La belleza es una noción puramente subjetiva.

EL RIESGO

Para mí, esta noción de belleza no tiene sentido. Si veo a una chica y la considero bella, entiendo que es solo una noción subjetiva, aunque disfruto de ese sentimiento. O si hay algo que considero atractivo, entiendo el concepto. Nunca discutiré con nadie sobre una cualidad de "belleza" porque existe puramente como una perspectiva individual. Yo soy testigo de que la gente está en desacuerdo sobre estas cosas todo el tiempo: "esta es una chica hermosa - para nada, esta sí que es hermosa"; "qué voz tan hermosa - no, no lo es"; y así sucesivamente.

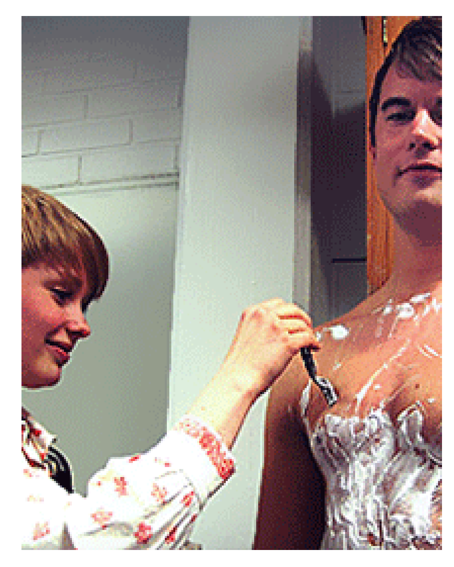
Entonces, ¿por qué escribí tanto explicando este concepto sin sentido?
Bueno, porque para muchos, su falta de sentido aún no se entiende. Muchas personas terminan suicidándose porque creen que son feas; muchas más son intimidadas en las escuelas o lugares de trabajo debido a su aspecto corporal "anormal"; otras gastan miles de millones en este concepto (como la industria cosmética) mientras que podrían hacer mucho con ese dinero; muchas personas pasan muchas horas al día tratando de verse mejor, algunas incluso se someten a una cirugía extrema para conseguirlo; otro riesgo es cuando se trata de la creatividad: campos como el diseño gráfico, la música, la poesía, etc., todos ellos se ven afectados cuando se define erróneamente un modelo estándar de belleza para ellos. Si tuviera que respetar las 'reglas estándar' del diseño web, no habría creado ninguno de los sitios web que he creado.

Si veo a un tipo con una nariz grande, o a una chica con sobrepeso, o a alguien con tres piernas, no puedo burlarme de ellos ni siquiera decir que son feos. Como entiendo que la "belleza" es un concepto subjetivo, el concepto de "feo" no tiene sentido para mí. Imagínate a más gente pensando así.

Como te he mostrado, hay muchas culturas en el mundo que tienen nociones generales completamente diferentes de lo que es la belleza, desde las personas hasta los objetos o las ideas. Me parece completamente descabellado tomar tales nociones y tratar de probarlas científicamente. Espero que ahora te des cuenta del valor que hay detrás de esta noción y que la próxima vez que te mires en el espejo y pienses que no eres tan bella, recuerda, ¿es esa realmente tu propia visión o solo la perspectiva de la sociedad y la influencia manipuladora en tu pensamiento? Puedes cambiar de opinión sobre eso en cualquier momento, y si crees que eres hermosa, lo eres.

Así que esta idea de "belleza" es un pasatiempo verbal, en el mejor de los casos, para describir algo que nos gusta. Tratar de encontrar este concepto en la realidad es como tratar de buscar "guay", "chévere", "mala onda" u otros pasatiempos verbales que usamos para describir varias cosas que nos gustan o no.

Documentales recomendados para el artículo:



What´s the problem with nudity? (¿Qué problema hay con la desnudez?)



The Codes of Gender (Los Códigos del Género)



Mondo Cane

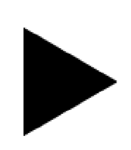


The Perfect Vagina
(La Vagina Perfecta)



Women of The World
(Mujeres del Mundo)

También puedes ver la parte de "Belleza" del Documental TROM





WWW.TROMSITE.ES

---

apóyanos ♡